

全国顾客服务中心直效营销管理规定（暂行）

壹、 适用范围：

全国除青海、宁夏外所有顾客服务中心

贰、 顾客服务中心直效人员设置

直效营销主管： 顾客服务中心正（副）主任兼任

开票员： 顾客服务中心指定人员兼任

收款员： 顾客服务中心财务人员兼任

直效营销业务员： 服务中心全体人员（兼）

参、 直效营销人员职责：

直效营销主管：

1、按顾客服务部要求，在直效营销科和大区经理的指导下，制定经营方案中的直效营销计划，并按计划严格执行，超计划、超出直效营销科业务指导范围的业务必须经批准后方可实施。

2、负责建立顾客服务中心的销售台帐（包括销售型号、台数、价格、回笼资金），每月3日前传回总部直效营销科，该销售台帐须有顾客服务中心主任、分公司经理、分公司财务科长签名。

3、负责转交货款至分公司帐上，并领取收款凭据，该凭据与销售台帐于每月3日前一并传回直效营销科（凭据上须有分公司经理、财务科长签名）。

4、接受分公司财务科长的监督，执行公司和总部的财务制度。

5、按直效营销科要求，收集有关产品当地零售价格等市场信息，并报直效营销科。

6、负责直效营销的业务培训，执行直效营销的营销业绩考核。与中心主任共同确定直效营销执行价格及方案，执行服务部制定的奖励办法，并接受直效营销科的业务指导。

收款员：

1、收取货款

2、为顾客领取、发放发票。

3、协助直效营销主管转交货款。

开单员：

1、填写提货凭据。

2、协助直效营销主管整理台帐、收款凭据，回传直效营销科。

3、开展电话推销等业务和直效营销主管安排的其它相关工作。

直效营销业务员：

1、在提供顾客服务工作中，传递有关直销信息。

- 2、协助顾客付款和配送。

四、 有关直效营销的结算和财务规定

结算：

- 1、在一对一的直效营销过程中一律以现金方式结算，不允许赊帐。
- 2、对于大宗客户、工程机营销过程中，按公司销售系统的结算制度和财务制度结算。

财务制度：

- 1、每周一将货款转至分公司帐上。
- 2、不到一周而将铺底的商品销售完毕，须及时转交货款至分公司帐上。
- 3、每次转交货款须收取分公司收款凭证，凭证上须有分公司经理、分公司财务科长的签名。

伍、 直效营销的价格

顾客服务部制定结算价格，以书面形式下发各中心，各中心在大区经理指导下，制定本中心执行价格。直效营销的执行价格，不得低于顾客服务部制定的结算价格，要综合考虑当地的各类零售价、直接配送成本、人员成本、传播成本、竞争态势等因素，制定执行价格。使得执行的价格既有竞争力，又有利可图。顾客服务部按结算价格与各中心结算，超出部分做为中心销售费用。各中心必须自求收支平衡。

六、 直效营销的奖励

总部直销毛利扣除直销的各项成本后（主要含人员、传播、管理费用、俱乐部会员奖励、税收等），30%用于有关人员的奖励（20%用于中心人员，10%用于总部人员）。年终直销利润与其它创收利润和填补服务费预算缺口后，按50%提取奖励。

七、 直效营销的一般流程

- 1、中心人员从现有顾客资料中筛选，选定目标顾客（或顾客群）。
- 2、以各种方式进行准确的小范围传播，如电话、人员上门服务或访问、电子邮件、直邮广告、俱乐部活动或会员口头传播，小区推广活动、服务咨询、组织系统传播（如企事业单位的工青妇系统、民间团体、居民委员会等），将直销信息传播至目标顾客。
- 3、顾客提出购买意向，到中心（或分公司财务科）缴款、开票。
- 4、中心安排送货和安装。
- 5、中心将顾客资料录入数据库，登记销售台帐。

本办法从**2001年2月1日**起执行，顾客服务部直效营销科负责本办法的解释

